BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Berdasarkan permasalahan penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah yang telah berdampak pada keindahan kota dan masyarakat yang tidak terlalu peduli pada keindahan kota itu sendiri. Maka pemilihan target *audience* dari media informasi ini dipandang dari segi demografis, psikografis, dan geografisnya adalah sebagai berikut:

- **Demografis**

Dilihat dari segi demografis, sasaran dari perancangan film semi dokumenter kampanye menjaga ruang publik dari penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah adalah :

- Umur : 15 - 35 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Kelas sosial : Semua kalangan
- Status : Semua status
- Agama : Semua agama

Alasan memilih target *audience* usia 15 - 35 tahun karena inilah umur produktif dan dari mulai usia 15 seseorang dinyatakan sudah dewasa, sehingga orang dewasa dapat lebih berani menertibkan sampah-sampah yang dihasilkan oleh pemasang iklan yang menempatkan iklannya ditempat yang bukan peruntukannya.

- **Geografis**

Untuk segi geografis target *audience* yang dipilih adalah wilayah kota Bandung. Dikarenakan perkembangan print digital di Kota Bandung sangatlah besar, hampir terdapat dimana-mana perusahaan print digital untuk mendukung promosinya sebuah prodak maupun lembaga. Hasil dari promosi menggunakan media cetak yang disebar disembarang tempat itulah yang menjadi penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah.

- **Psikografis**

Masyarakat kota besar terlalu sibuk dengan pekerjaannya sehingga hal-hal kecil terkadang tidak diperhatikan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Perlu adanya pendekatan komunikasi yang digunakan dalam strategi perancangan media informasi untuk mengkampanyekan menjaga ruang publik dari penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah ini terhadap target *audience* agar pesan yang disampaikan efektif dan tepat sasaran sehingga masyarakat tergugah untuk sadar menjaga ruang publik dari penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah.

III.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Menyadarkan masyarat kerhadap masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah sehingga masyarakat peduli terhadap lingkungannya. Sehingga para pemasang ingkan tidak lagi dengan sembarang.

III.1.1.2 Pendekatan Komunikasi Visual

Untuk merancang sebuah media informasi dibutuhkan pendekatan visual, yang akan digambarkan dengan fenomena yang sedang terjadi. Baik dari segi salah penempatan maupun kurangnya kepedulian masyarakat terhadap penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dan melihatkan dampak-dampak yang ditimbulkan.

III.1.1.3 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan komunikasi ini menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar yang biasa di ucapkan sehari-hari dan tidak terlalu formal agar tidak asing. Untuk menjelaskan masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dan dampaknya pun tidak dengan kata yang menakut-

nakuti. Sehingga *audience* dapat dengan mudah mengerti pesan yang di sampaikan dan isi pesan tersampaikan dengan baik sehingga dapat membuat masyarakat lebih peduli lagi terhadap lingkungannya.

III.1.1.4 *Keyword*

Keyword atau kata kunci yang dipakai adalah polusi, sampah, visual dan ruang publik.

III.1.2 Strategi Kreatif

Melakukan ajakan masyarakat dengan film semi dokumenter yang ditayangkan di televisi, internet dan *billboard* digital. Dengan cerita yang bersifat ajakan untuk menyadarkan masyarakat tanpa paksaan dan hal-hal yang terlalu tegas. Dengan diadakannya acara membersihkan kota pada hari miggu di tempat-tempat *car free day* yang secara langsung dipimpin oleh pemerintah kota, yang sebelumnya masyarakat diajak untuk menonton film semi dokumenter ini sehingga setelah masyarakat menonton film lanjut dengan aksi membersihkan dan menertibkan iklan cetak yang berada di bukan pada tempatnya. Dalam penggarapan filmnya menggunakan teknik pengambilan gambar yang berbeda-beda dengan menayangkan fenomena penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah yang sedang terjadi.

III.1.3 Strategi Media

Sebagai media untuk menyampaikan informsi masalah dan dampak dari penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah maka digunakan beberapa media, yaitu:

- **Media utama**

Media utama yang dipakai untuk mengkampanyekan menjaga ruang publik dari

menggunakan film semi dokumenter yang menceritakan fenomena-fenomena yang sedang terjadi, dampak dari polus visual itu pun di ceritakan hingga solusi yang harus dilakukan oleh masyarat dan pemerintah kota sebagai pengawas dari

pihak yang tidak bertanggung jawab. Ditujukannya media utama dengan film semi dokumenter agar penonton dapat benar-benar memahami masalah yang sedang terjadi.

- **Media pendukung**

Ada beberapa media pendukung yang akan dipilih untuk menunjang media utama adalah sebagai berikut :

- ***Billboard***

Menggunakan *billboard* sebagai media untuk memberikan gambaran terhadap masyarakat. Media ini memanfaatkan *billboard-bilboard* yang sedang tidak diisi oleh iklan komersial, sehingga pada saat tidak diisi gambar sebuah produk tidak akan terlihat kumuh.

- **Brosur**

Digunakannya brosur sebagai media pendukung adalah untuk memberikan pemahaman dan ajakan secara langsung kepada masyarakat.

- ***T-Shirt***

Untuk dibagikan kepada masyarakat pada acara penayangan perdana.

- ***Totebag***

Untuk dibagikan kepada masyarakat pada acara pencabutan poster sebagai tempat menyimpan hasil mencabut poster.

- **Media sosial twitter**

Jaman sekarang sosial media sudah melekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat perkotaan. salahsatunya twitter. sebagai media promosi dan memberikan informasi.

- **Diunggah ke internet melalu situs www.youtube.com**

Diunggah ke youtube agar semua orang yang suka berselancar di internet dapat melihat film dokumenter tersebut.

III.1.4 Strategi Distribusi

Ketika sedang ramai diadakannya pemilu, maka dibutuhkannya pengetahuan masyarakat khususnya pemasang iklan di luar ruang terhadap permasalahan penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah, maka film semi dokumenternya akan di tayangkan di televisi, internet, dan *billboard* digital. Adanya strategi dalam penyampaian pesannya agar dapat efektif dan mengajak masyarakat dalam aksi nyata dengan jadwal pembagian brosur pada hari-hari kerja dimana orang beraktifitas memenuhi jalan raya, yang brosurnya dibagikan kepada pejalan kaki, angkutan umum juga kendaraan pribadi. Sehingga pada hari acara membersihkan ruang publik yang dilaksanakan di *car free day* dapat bayak masyarakat yang berpartisipasi.

III.2.1 Format Film

Format film yang akan digunakan adalah format video digital dengan resolusi *high difinition video* yaitu DV PAL 720x576 *pixel* dengan *frame rate* 25 fps. Menggunakan format *widescreen* 16:9 dan *Audio rate* 48000 *samples/second*. Dengan durasi sekitar 3-5 menit. Dengan melihat referensi-referensi film dokumenter maka akan disisipkannya *timelapse* suasana sudut kota.

III.2.2 Tata Letak (*layout)*

Tata letak dalam film semi dokumenter ini sangat beragam. Dengan subjek gambar ditengah dan tidak harus selalu di tengah (*Rule of third*). Pengambilan gambar dari sudut sejajar dengan mata objek dengan cara *Full Shoot* atau pengambilan gambar penuh yang fungsinya memperlihatkan objek beserta lingkungannya. Ditujukan agar penontonnya mengetahui latar dari film semi dokumenter ini.

Sedangkan untuk *layout cover* dari label DVD film dokumenter ini adalah seperti dibawah ini:



Gambar III.1 Format Desain Sampul DVD

Sumber: pribadi

III.2.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam film pendek ini adalah huruf-huruf sans serif karena dengan jenis huruf ini terlihat lebih modern yang berkesan tegas agar pesan tegas yang disampaikan melekat dan dapat terbaca dengan jelas. Makan di pilihna *font* bebas neu untuk *headline* dalam perancngan ini. Dan untuk *body text* dipakai *font* corbel yang lebih santai untuk dibaca.

BEBAS NEUE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&*()+"?

Corbel

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&*()+"?

III.2.4 Warna

Warna yang dipakai dominan hitam bersifat tegas dan putih yang memiliki arti bersih. Dengan warna yang kontras dapat dengan mudah terlihat perbedaaannya.



Gambar III.2 Warna-warna

Sumber: pribadi

III.2.5 Musik

Untuk musik dalam film semi dokumenter ini akan dimasukan lagu lagu yang terdengar panik dan satunya lagi terdengar senang. Untuk lagu pembuka menggunakan lagunya Keane yang berjudul *wallnut tree*.

III.2.6 Ide Cerita

Film semi dokumenter yang menceritakan tentang fenomena penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah yang sedang terjadi. Melihatkan masalah-masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah seperti poster di sembarang tempat, baligho dan *billboard* yang tidak layak sebagai pengingat masyarakat terhadap masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dan mengajak masyarakat untuk menjaga ruang publik, menjadikannya asri dan nyaman untuk ditempati.

III.2.7 Film *Statement*

Permasalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah semakin banyak berada hampir disetiap sisi kota, mengapa masyarakat tidak begitu peduli terhadap permasalahan ini? Dengan film yang melihatkan macam-macam polusi ini dengan perbandingan daerah yang terdapat penempatan media

luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dan yang terlihat asri diharapkan menjadi penggugah rasa kepudilan terhadap kebersihan ruang publik.

III.2.8 *Storyline*

00.00 – 00.03 : Logo Kota Bandung

(Edit *fade in* dan *fade out*)

00.03 – 00.05 : logo pemerintah kota bandung

(Edit *fade in* dan *fade out*)

00.05 – 00.09 : Film semi dokumenter karya Aulia Agung Ramadhan

(Edit *irish, slide*)

00.09 – 00.20 : Intro (timelapse kota yang melihatkan penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dan judul

film)

(*Blur*)

00.21 – 00.45 : Melihatkan suasana jalan yang di penuhi baliho

(pengambilan gambar *angle normal*, kamera *paning*)

Narasi: "Produk visual bukan hanya semakin besar, namun juga semakin banyak. Di kota Bandung sendiri rasanya tidak diberikan ruang untuk mengistirahatkan mata. Penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah di jalan raya tidak memberikan ruang bagi pengguna jalan untuk memaknai suatu karya visual karena setelah menatap satu produk visual. Akhirnya, pengalaman visual di jalan raya tidak memberikan makna apa-apa, selain menghasilkan kritik bagi keberadaannya"

00.45 – 00.55 : Melihatkan suasana jalan yang di penuhi papan reklame atau

billboard

(Pengambilan gambar *angle* normal, kamera *rule of third*)

Narasi: "Melihat hal-hal maupun benda-benda yang tidak enak dipandang yang berada diwilayah sekitar sangatlah banyak. Pencemaran visual

merujuk kepada elemen yang memberikan pandangan yang tidak menarik"

00.55 – 01.10 : Poster-poster yang ditempel di tembok, tiang listrik

(Pengambilan gambar *angle medium*, kamera *paning*)

Narasi: "Elemen ini yang terdapat disekitar kita, contohnya termasuk papan iklan yang yang ditempel disembarang tempat, poster-poster ditembok kota, tanda rambu jalan, kabel telepon maupun kabel listrik yang terlihat kusut."

01.10 – 01.20 : Menampilkan papan reklame yang tidak layak dan tidak terurus

(Pengambilan gambar *low angle* dan *close up*, kamera *zooming*)

Narasi: "Belum lagi kadang justru mengancam keamanan. Karena pemasangannya melintang memenuhi badan jalan"

01.20 - 01.35 : Melihatkan kendaraan di lampu *stop*-an yang disekitarnya ada baligho

(Pengambilan gambar *angle* normal, kamera pindah fokus)

Narasi: "Ini bisa menyulitkan pengguna kendaraan yang melintasi jalanan yang penuh dengan spanduk serta umbul-umbul sponsor. Selain tidak enak dipandang"

01.35 – 01.45 : Taggapan masyarakat "apakah masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah mengganggu terhadap mereka?"

(pengambilan gambar *medium shoot*)

01.45 – 02.00 : taggapan masyarakat "seharusnya di gimanakan?"

(pengambilan *gambar medium shoot*)

02.00 – 02.15 : melihatkan fenomena penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah

(pengambilan gambar *angle normal*, kamera *paning*, *tilt* dan *zooming*)

Narasi: "Inilah masalah yang sampai saat ini belum bisa diatasi, hal-hal yang dianggap sepele oleh ketidakpahaman pemasang iklan yang

menempatkan iklannya di sembarang tempat. faktanya ada ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah kota itu sendiri."

02.15 – 03.00 : regulasi pemerintah (mengenai ketetapan/aturan daerah terhadap pelanggaran penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah)

(pengambilan gambar *medium shoot*, edit di tambah gambar fenomena)

Pertanyaan: - tanggapan mengenai poster, baliho dan reklame di pinggir-pingir jalan?

- adakah perda yang membahas penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah?

- maka siapa yang salah da apa yang harus di lakukan agar masalah ini berkurang?

03.00 – 03.20 : melihatkan sudut kota yang asri enak dipandang tanpa adanya kehadiran polusi visual

(pengambilan gambar *angle medium*, kamera *paning*)

Narasi: "Maka Penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah ini memerlukan pengawasan oleh semua pihak agar tidak membuat jelek nilai estetika kawasan Kota Bandung dan memberikan pandangan negatif kepada orang-orang yang berkunjung ke Kota Bandung juga terhadap masyarakat itu sendiri. Sehingga ruang publik di kota bandung terlihat asri dan dapat menyegarkan mata. Yang dimana menjadikan mayrakat kota bandung peduli terhadap kebersihan lingkungan dan lebih kreatif."

03.20 – 03.35 : *Timelapse* gedung sate (*ending*) dengan tulisan yang bersifat persuasif "JIKA TIDAK DIMULAI DARI KITA SIAPA LAGI?"

(*blur*)

03.35 – 03.45 : *credit*

(*default roll*)